

创业营销

市场定位



市场定位



市场定位也称作“营销定位”，是市场营销工作者用以在目标市场的心目中塑造产品、品牌或组织的形象或个性的营销技术。简单的说，市场定位就是在目标客户心目中树立产品独特的形象。

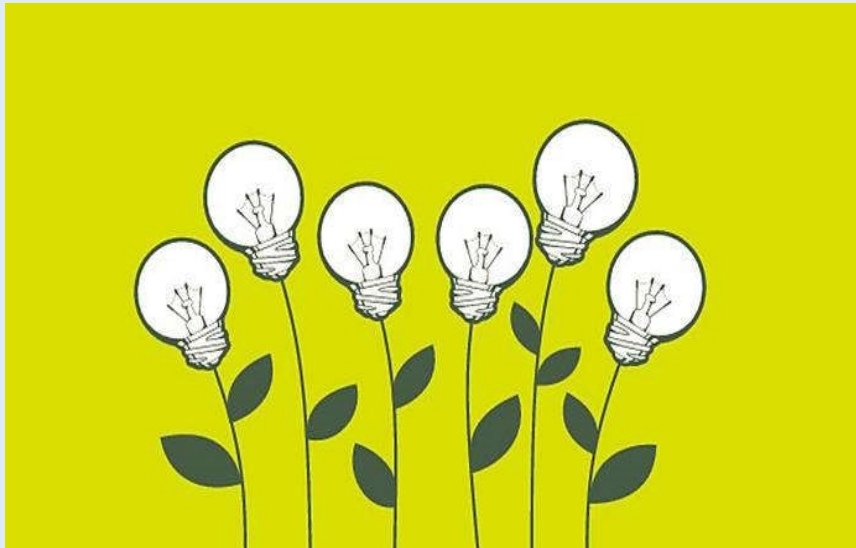
一、竞争优势一般有两种基本类型



（一）价格竞争优势。就是在同样的条件下比竞争者定出更低的价格。

（二）偏好竞争优势。即能提供确定的特色来满足顾客的特定偏好。

二、企业市场定位三大步骤



（一）识别潜在竞争优势。这一步骤的中心任务是要回答以下三个问题：竞争对手产品定位如何？目标市场上顾客欲望满足程度如何以及确实还需要什么？针对竞争者的市场定位和潜在顾客的真实需要的利益要求企业应该及能够做什么？

二、企业市场定位三大步骤



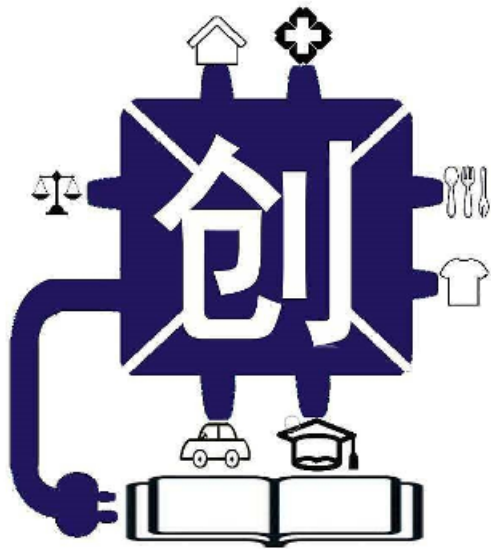
（二）核心竞争优势定位。竞争优势表明企业能够胜过竞争对手的能力。这种能力既可以是现有的，也可以是潜在的。选择竞争优势实际上就是一个企业与竞争者各方面实力相比较的过程。比较的指标应是一个完整的体系，只有这样，才能准确地选择相对竞争优势。

二、企业市场定位三大步骤



(三) 战略制定。这一步骤的主要任务是企业要通过一系列的宣传促销活动，将其独特的竞争优势准确传播给潜在顾客，并在顾客心目中留下深刻印象。首先应使目标顾客了解、知道、熟悉、认同、喜欢和偏爱此企业的市场定位，在顾客心目中建立与该定位相一致的形象

小结



一、竞争优势一般有两种基本类型

(一) 价格竞争优势。

(二) 偏好竞争优势。

二、企业市场定位三大步骤

(一) 识别潜在竞争优势

(二) 核心竞争优势定位

(三) 战略制定

创业营销

网络营销



网络营销



网络营销是随着互联网进入商业应用而产生的，尤其是万维网、电子邮件、搜索引擎、社交软件等得到广泛应用之后，网络营销的价值才越来越明显。

网络营销特点

一、具体特点



（一）体现了网络营销的生态思维：网络营销以互联网为技术基础，但连接的不仅仅是电脑和其他智能设备，更重要的是建立了企业与用户及公众的连接。连接成为网络营销的基础。

网络营销特点

一、具体特点



(二) 突出了网络营销中人的核心地位：通过互联网建立的社会关系网络，核心是人，人是网络营销的核心，一切以人为出发点，而不是网络技术、设备、程序或网页内容。

网络营销特点

一、具体特点



(三) 强调了网络营销的顾客价值：为顾客创造价值是网络营销的出发点和目标，网络营销是一个以顾客为核心的价值关系网络。

网络营销特点

一、具体特点



（四）延续了网络营销活动的系统性：网络营销的系统性是经过长期实践检验的基本原则之一，网络营销的内容包括规划、实施及运营管理，而不仅仅是某种方法或某个平台的应用，只见树木不见森林的操作模式是对网络营销的片面认识。

网络营销优势



(一) 网络媒介具有传播范围广、速度快、无时间地域限制、无时间约束、内容详尽、多媒体传送、形象生动、双向交流、反馈迅速等特点。可以有效降低企业营销信息传播的成本。

网络营销优势



(二) 网络销售无店面租金成本。且有实现产品直销功能，能帮助企业减轻库存压力，降低运营成本。

网络营销优势



创新创业

(三) 更具有针对性，通过提供众多的免费服务。网站一般都能建立完整的用户数据库，包括用户的地域分布、年龄、性别、收入、职业、婚姻状况、爱好等。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/247136036150006062>